

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Komunikasi adalah sendi dasar terjadinya sebuah interaksi sosial antar sesama manusia. Dengan berkomunikasi akan terjadi kesepahaman atau adanya saling pengertian antara satu dengan yang lain. Istilah komunikasi sendiri berasal dari bahasa latin *communicatio* yang bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Dalam hal ini yang dimaksud sama adalah kesamaan makna. Dengan demikian komunikasi berarti harus mengandung persamaan makna antara pihak - pihak yang terlibat dalam proses komunikasi.

Kegiatan komunikasi selanjutnya tidak hanya bersifat *informative* yakni agar orang lain tahu dan mengerti namun juga *persuasive* yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan serta kemudian melakukan suatu perbuatan atau kegiatan (Effendy, 2003: 12). Pentingnya pemahaman komunikasi seperti di atas bertujuan agar informasi yang disampaikan dapat memberikan dampak yang diinginkan serta mencapai sebuah kesamaan kehendak. Menurut Carl I Hovland dalam Effendy (2003) menyatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang, sedangkan ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.

Lebih lanjut kegiatan komunikasi tidak hanya berlangsung antar individu saja tetapi telah meluas sampai ke level perusahaan atau organisasi, karena organisasi atau perusahaan yang terdiri atas kumpulan individu pun membutuhkan komunikasi agar dapat mencapai tujuan. Bahkan komunikasi dalam hal ini menjadi salah satu aspek dan elemen penting dalam setiap organisasi perusahaan di bidang apa pun, karena menurut Harcourt, Krizan dan Merrier (1996:78) manajemen perusahaan yang berperan dalam menentukan arah tujuan perusahaan menghabiskan 99% masa bekerja mereka untuk berkomunikasi, sedangkan pekerja bawahan menggunakan 60% masa bekerja mereka dalam berbagai bentuk komunikasi. Hal ini menunjukkan bahwa proses komunikasi organisasi menjadi hal terpenting yang terus menerus harus dilaksanakan untuk mewujudkan tujuan perusahaan.

Sendjaja (2004:136) menyatakan bahwa fungsi komunikasi organisasi antara lain sebagai : (1) fungsi informatif, system pemrosesan informasi, (2) fungsi regulatif, peraturan dalam organisasi (3) fungsi persuasif, membujuk, (4) fungsi integratif, media pengatur tugas dan pekerjaan. Pace dan Faules (2006: 96) juga berpendapat bahwa komunikasi secara terbuka, jelas dan saling mempercayai akan dapat mempengaruhi tingkat komitmen seorang pekerja terhadap organisasinya. Dengan komitmen yang kuat maka pekerja akan mencurahkan seluruh kemampuan yang dimiliki untuk organisasi agar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Tujuan perusahaan yang telah dirumuskan oleh manajemen adalah sebuah keadaan yang ingin dicapai dimana keadaan ini diharapkan lebih baik dari keadaan sebelumnya. Untuk mencapai tujuan tersebut maka diperlukan proses komunikasi karena aspek-aspek manajemen perusahaan tidak dapat diimplementasikan dengan baik jika tidak dikomunikasikan kepada seluruh *stakeholders* perusahaan.

Salah satu perusahaan yang mengandalkan komunikasi dalam rangka mewujudkan tujuan dan menjaga keberlangsungan perusahaan adalah PT Aksara Solo Pos yang merupakan pemilik dari Harian Umum *Solo Pos* sebuah Koran yang terbit di kota Solo. Sebelum *Solo Pos* terbit, Kota Solo memiliki sejarah panjang dalam perkembangan pers lokal. Hasil studi pustaka yang dilakukan Antoni, setidaknya di Kota Solo telah ada penerbitan pers sejak pertengahan abad ke-19, persisnya pada tahun 1855 (Antoni, 2004:112). Dimulai dengan *Bromartani*, *Djurumartani*, *De Nieuw Vorstenlande*, *Jawi Kandha*, *Jawi Hiswara*, *Cakrawati*, *Suara Bengawan* hingga *Dharma Kandha* semua surat kabar tersebut tidak dapat bertahan lama. Kemudian setelah itu PT Aksara Solo Pos menerbitkan Harian Umum Solo Pos yang mampu bertahan dalam industry media cetak hingga saat ini.

Menurut Mursito (2004) masa sepuluh tahun memang belum bisa menjadi tolok ukur bagi keberhasilan Harian Umum *Solo Pos* untuk membuktikan bahwa koran ini telah berhasil mematahkan mitos Solo sebagai kuburan koran. Namun jika ditinjau dari sisi penerbitan pers modern yang terbit harian, kinerja Harian *Solo Pos* dapat dikatakan berhasil.

Streers (2002:67) berpendapat kinerja organisasi dapat dikatakan berhasil jika menunjukkan pencapaian yang baik mengenai seberapa jauh pelaksanaan tugas dapat dijalankan secara aktual serta visi dan misi organisasi dapat tercapai. PT. Aksara Solo Pos melalui Harian Umum Solo Pos adalah sebuah perusahaan yang memiliki visi dan misi membangun opini masyarakat Solo dan sekitarnya agar termotivasi bekerja keras dan berkarya nyata dalam membangun Kota Solo menjadi kota budaya dan pariwisata. Dengan mengamati tampilan Harian Umum Solo Pos, serta berdasarkan pengetahuan peneliti bahwa Solo Pos merupakan sebuah koran dengan jumlah tiras terbesar di Kota Solo (Mursito, 2004) maka peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian guna menguji keterkaitan Hubungan Antara Efektivitas Komunikasi Organisasi dengan Kinerja Karyawan di PT. Aksara Solo Pos. Peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian karena dalam pandangan peneliti PT. Aksara Solo Pos adalah sebuah perusahaan yang berhasil menjaga keberlangsungan perusahaan ditengah mitos Kota Solo sebagai kuburan media.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang belakang masalah di atas, peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut: Bagaimanakah hubungan antara efektifitas komunikasi organisasi dengan kinerja karyawan di PT. Aksara Solo Pos?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini adalah :  
Untuk mengetahui hubungan antara efektifitas komunikasi organisasi dengan kinerja karyawan di PT. Aksara Solo Pos.

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian adalah :

#### **1. Manfaat teoritis**

Dapat memperkaya konsep dan teori untuk mendukung perkembangan ilmu pengetahuan manajemen sumber daya manusia, khususnya yang terkait dengan hubungan komunikasi organisasi terhadap peningkatan kinerja karyawan.

#### **2. Manfaat praktis**

Sebagai bahan masukan yang berarti sekaligus sebagai evaluasi terhadap aktualisasi hubungan komunikasi organisasi dalam meningkatkan kinerja karyawan di PT. Aksara Solo Pos maupun di perusahaan lain.